

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap orang pasti membutuhkan orang lain di dalam hidupnya untuk dapat berbagi dan bekerjasama. Dalam seluruh bidang kehidupan seperti aspek perdagangan, bisnis, pekerjaan, seks, bermain, olahraga, proses interaksi sangat diperlukan maka dari itu komunikasi menjadi hal yang penting, semakin bagus dan erat interaksi kita dengan orang lain maka pola hubungan kita akan semakin erat pula. Untuk menjalin interaksi dengan orang lain, komunikasi merupakan salah satu hal yang terpenting, karena tanpa komunikasi yang baik maka interaksi itu tidak dapat terjadi.

Kemajuan teknologi saat ini sangat berpengaruh di bidang komunikasi, termasuk perkembangan komputer yang di dalamnya terdapat unsur internet semakin mempermudah pola-pola interaksi. Orang tidak perlu keluar rumah untuk dapat bertegur sapa dengan orang lain, cukup duduk di depan komputer, keinginan untuk dapat berinteraksi telah terpenuhi. Orang saat ini lebih cenderung untuk melakukan komunikasi lewat internet daripada melakukan komunikasi *face to face (FTF)*. Kebiasaan ini telah menggeser pola sosial interaksi dari komunikasi secara tradisional atau yang biasa disebut *face to face* menjadi pola komunikasi *Computer Mediated Communication (CMC)*

Berbagai fasilitas dan sarana ditawarkan oleh internet, namun mungkin selama ini yang kita gunakan adalah fasilitas untuk menulis *email*, *browsing* atau

paling tidak untuk “mengobrol” di beberapa situs yang menyediakan sarana *chatting*. Dewasa ini, fungsi internet berkembang sedemikian pesat yang memungkinkan semua orang untuk berpetualang di dunia maya. Salah satu situs yang paling diminati saat ini adalah situs-situs yang dapat mengembangkan interaksi seperti berkenalan atau mencari teman baru.

Friendster adalah salah satu contoh dari situs pencari teman, sejak dibuat pertama kali tahun 2002 oleh Jonathan Abrams, sampai bulan Juli 2003 *user* aktifnya sudah mencapai sekitar satu juta orang. Angka ini terus bertambah seiring menyebarnya *friendster* antar pengguna jasa internet. Entah itu melalui mulut ke mulut atau pemberitahuan lewat *e-mail*.

Di Amerika sendiri sudah banyak riset yang menyebutkan *booming friendster* sebagai sebuah fenomena tersendiri, yang dapat dibilang sebagai sebuah *unbelievable impact* (Kompas, 26 Maret 2004: 45). Lewat *friendster*, sangat terbuka peluang untuk mencari kenalan baru dengan cara yang lebih aman dibanding dengan *chatting* biasa. Oleh karena, kenalan baru tersebut dapat ditelusuri asal- asalnya. Tidak hanya untuk mencari teman baru, *friendster* juga terbukti sudah berhasil menemukan kembali teman teman lama yang menghilang tanpa jejak. Hal ini dapat terjadi karena *friendster* memakai sistem jaringan sosial atau *social networking* (Cosmopolitan, Juni 2004: 162) yang nantinya membentuk sebuah komunitas yang disebut *social network*.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Heineman dan Kim yang berjudul *suffers spending nearly two hours on friendster, an hour more than top dating sites, according to Neilson/Netratings* menyebutkan bahwa sejak bulan Juni 2003 jumlah pengunjung situs *friendster* mengalami peningkatan hingga 74 % dan pada bulan October 2003 *friendster* telah menarik kurang lebih 927,000 orang untuk menggunakan situs tersebut dan menghabiskan waktu satu jam lima puluh satu menit untuk melakukan sekali *browsing*. Seperti yang terdapat dalam tabel dibawah ini (USA today, 26 November 2003)

Tabel 1.1. *Nielsen/ NetRatings Friendster June 2003 to October 2003*

(U.S., Home and Work)

Brand (Member Community)	Unique Audience (000)		Time Per person October 2003 (hh:mm:ss)
	Jun 03	Oct 03	
Friendster	532	927	1:51:54

Nielson and Net Ratings menemukan bahwa 84 % dari pengunjung melakukan aktivitas online sebanyak lima kali atau bahkan lebih dalam seminggu, dan 37 % dari jumlah tersebut telah mengunjungi *friendster* lebih dari setahun yang lalu.

Dalam artikel berjudul *One In Five Net Users Have Visited A Social NetworkingSite, BURST! Says* yang ditulis oleh Tobi Elkin menyatakan bahwa dari 9200 orang pengguna internet sebanyak 50,5% dari jumlah tersebut mengatakan telah mendaftar dan menjadi anggota dari *friendster*. Dan 26,8 % dari jumlah tersebut berumur dibawah 24 tahun. Pada dasarnya para pengguna

friendster mempergunakan situs ini untuk berhubungan dan berinteraksi dengan sesamanya (MediaPos *Communication*, 7 Mei 2004). Dari hasil polling yang dilakukan oleh Deteksi Indo.Pos menyatakan 38,7 % responden Deteksi telah bergabung dan menjadi anggota *friendster* (IndoPos, 18 April 2004: 10)

Berdasarkan fenomena di atas tidak dapat disangkal, gabungan teknologi komputer dan komunikasi telah melahirkan perubahan hubungan antar manusia (Kompas, 29 Agustus 2004: 14). Menurut Postman (dalam Pialang, 2001 :2) sekali teknologi diterima di dalam masyarakat, ia akan menanamkan nilai-nilai yang didesain untuknya. Teknologi komputer sangat cepat menjadi sarana utama bagi manusia untuk menciptakan komunikasi dengan orang lain seperti halnya proses komunikasi secara langsung (Bellamy and Hanewicz, 1999: 3). Melakukan interaksi dengan sebuah *personal computer* dapat disamakan dengan berinteraksi baik secara personal maupun interpersonal komunikasi dengan orang lain yang kemudian disebut dengan *Computer Mediated Communication (CMC)*.

Perbedaan mendasar antara hal-hal yang tidak dapat didapat dengan menggunakan pola komunikasi *Computer Media Communication (CMC)* bila dibandingkan dengan pola komunikasi *face to face (FTF)* (Bellany dan Hanewicz, 1999: 7)

Tabel 1.2. Perbedaan antara *Computer Mediated Communication (CMC)* dengan
Face To face Communication (FTF)

<i>Computer media communication (CMC)</i>	<i>face to face communication (FTF)</i>
Hilangnya unsur-unsur komunikasi non verbal seperti bahasa tubuh, mimik wajah dan gerakan tubuh yang dapat digunakan sebagai petunjuk informasi .	Unsur-unsur komunikasi non verbal dapat secara langsung diamati dengan jelas.
Tidak adanya isyarat-isyarat verbal seperti nada suara, kualitas suara, modulasi suara dan intonansi.	Adanya isyarat-isyarat verbal seperti nada suara, kualitas suara, modulasi suara dan intonasi.
Tidak adanya informasi yang berkaitan dengan karakteristik personal dan hubungan sosial dari individu seperti jenis kelamin, penampakan fisik dan status dari individu tersebut.	Karakteristik personal dan hubungan sosial dari individu dapat dilihat secara langsung pada saat melakukan komunikasi.

Pada dasarnya manusia adalah pembuat simbol. Simbol dapat diartikan sebagai sebuah fenomena mekanisme dari penyebab hubungan sosial dan interaksi psikologis (Bellany & Hanewicz, 1999:3). Kemampuan untuk mengintrepetasikan gerakan simbol orang lain adalah dasar dari interaksi sosial. Gerakan tubuh, intonasi suara, bahasa, dengkuran, erangan adalah simbol dari komunikasi. Cara-cara yang konvensional untuk belajar dan mengirimkan simbol tersebut adalah dengan cara bertatap muka atau *face to face (FTF) interaction*. Melihat kenyataan tersebut merupakan suatu fenomena yang menarik untuk mengetahui lebih lanjut komunikasi yang berdasarkan komputer, dalam hal ini diwakili oleh situs *friendster* dengan komunikasi secara langsung atau *face to face*, karena *friendster* dapat menyebabkan seseorang merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk

melakukan interaksi sosial dibandingkan dengan melakukan komunikasi secara langsung atau *face to face*.

1.2. BATASAN MASALAH

Agar arah penelitian ini menjadi jelas maka dilakukan pembatasan terhadap masalah yang akan diteliti.

Intensitas yang akan dilihat di sini adalah ingin melihat seberapa sering seseorang dalam setiap minggu membuka dan menggunakan situs *friendster* sebagai sarana komunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Mengingat semakin banyak dan sering mereka melakukan komunikasi melalui situs *friendster* di internet maka hal ini dapat berarti orang tersebut menikmati komunikasi yang terjalin disitu dan adanya perasaan saling berbagi diantara para pengguna situs *friendster* sehingga membuat mereka seolah-olah menjadi satu bagian komunitas yaitu komunitas pengguna situs *friendster* (LeVasseur dalam Kompas, 9 Mei 2005).

Komunikasi interpersonal secara *face to face* atau komunikasi langsung adalah komunikasi antar pribadi ketika sebuah pesan terkirim oleh seseorang kepada penerima sehingga mempengaruhi perilaku penerima, di mana ditekankan pada kemampuan berkomunikasi secara bertatap muka atau langsung berhadapan antara *sender* (pengirim pesan) dan *receiver* (penerima pesan), sehingga terbina hubungan yang baik dan hangat.

1.3. RUMUSAN MASALAH

Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan situs *friendster* di internet dengan ketrampilan komunikasi interpersonal secara *face to face*?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Melihat apakah ada hubungan intensitas penggunaan situs *friendster* di internet dengan ketrampilan komunikasi interpersonal secara *face to face*.
2. Mengetahui fenomena tentang penggunaan situs *friendster* di internet yang relatif masih baru di Indonesia ditinjau dari psikologi sosial.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis
 - a. Memahami kecenderungan yang ada di dalam masyarakat pada umumnya, dalam hal ini dengan kesenangannya menggunakan situs *friendster* sebagai salah satu contoh berkomunikasi dan berinteraksi dengan menggunakan komputer sebagai media dibandingkan dengan berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung (*face to face*).
 - b. Mengetahui fenomena penggunaan situs *friendster* di internet yang masih relatif baru di Indonesia sebagai sarana komunikasi interpersonal yang menggunakan media komputer ditinjau dari segi psikologi sosial

2 . Manfaat praktis

- a. Untuk mewaspadai dampak negatif dari internet khususnya penggunaan situs *friendster* yang dapat memberikan pengaruh pada seseorang dalam pola berinteraksi dengan orang lain atau lingkungannya, sehingga tidak sampai terbentuk individu yang tidak membutuhkan sosialisasi secara tatap muka baik dengan keluarga, teman atau lingkungannya.
- b. Memanfaatkan kemudahan yang diberikan melalui fasilitas internet, terutama pada situs *friendster* untuk meningkatkan ketrampilan dalam membentuk suatu *human relation*, memunculkan ide-ide sebagai bahan pembicaraan dan membantu dalam masalah komunikasi jarak jauh